

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JÚLIO MATTANA CAROLLO DA LUZ

DIAGNÓSTICO DA REALIDADE CONTEMPORÂNEA NOS ESTÁDIOS DA  
CAPITAL PARANAENSE: IDENTIFICANDO A REDUÇÃO DE PÚBLICO NO  
CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL



CURITIBA

2019

JÚLIO MATTANA CARALLO DA LUZ

DIAGNÓSTICO DA REALIDADE CONTEMPORÂNEA NOS ESTÁDIOS DA  
CAPITAL PARANAENSE: IDENTIFICANDO A REDUÇÃO DE PÚBLICO NO  
CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL

Monografia apresentada como requisito parcial à  
obtenção do título de Bacharel, curso de Educação  
Física bacharel, Setor de biológicas, Universidade  
Federal do Paraná

Orientador: Prof. Dr. Riqueldi Straub Lise

CURITIBA

2019

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, inicialmente, a minha mãe, Raquel Simone, e ao meu pai, Valdir Cardoso, que mesmo ausente, em razão de uma fatalidade, sempre estará vivo em meu coração sendo fonte de inspiração e motivação para seguir em frente. Agradeço a eles por todo suporte que me deram, tanto financeiro quanto emocional, bem como pelos conselhos ou por simples gestos de carinho, pois vocês são a base de tudo. Não poderia faltar o agradecimento a meu irmão Luciano, que sempre esteve ao meu lado, compartilhando a vida, a caminhada e as arquibancadas do estádio. Gratidão, igualmente, à minha avó Zenaide, mulher guerreira, exemplo de luta e fé, e aos meus tios, Dulce, Rosi e Marcos, por todos os cuidados, carinho e atenção. Destaco, também, o suporte da Maria Eduarda, que me ajudou, dividiu tristezas e períodos complicados, sempre me dando apoio, mas foi quem multiplicou alegrias e os momentos divertidos que a vida nos proporcionou.

Um profundo agradecimento a meus amigos e família por todo encorajamento, conversas, risadas, ajuda em todos os instantes da minha vida, não apenas durante minha caminhada acadêmica. Vocês são muito importantes na minha vida Lucas, Tt, Cassiano e Betinho.

Além deles não poderia deixar de agradecer aos que estiveram ao meu lado nessa trajetória acadêmica, foram inúmeros trabalhos, provas, seminários, mais provas, mas o que não faltou mesmo foi parceria e histórias vocês são demais, Alysson, Beto, Coelho, Edson, Jessica, Matheus, Ramon, Toninho e Pikachu. Saliento, uma gratidão especial ao irmão que a universidade me deu o prazer de conhecer, Milek, obrigado por essa grande amizade; ao Maicon meu companheiro de treinos, estágios e amigo para todas as horas e não poderia faltar outro irmão que a faculdade me deu, Luis Semkiwi, que mais que um colega de sala, foi um companheiro de cursos, congressos e palestras sobre futebol sendo grande amigo.

Agradeço também aos amigos mais “babacoys” que conheço. Vocês são demais. Foram inúmeras risadas, histórias, festas, viagens, resenhas, zoeiras, vocês são incríveis, Alex, Chris e Marcos.

Não teria como não agradecer à Associação Atlética Acadêmica de Educação Física UFPR Hipertrofia, pelos vários momentos e ensinamentos que tive participando dela, além, é claro, de todas as pessoas que tive o prazer de conhecer em razão disso. Melhor não citar nomes, pois posso esquecer alguém, mas agradeço

a todos que estiveram e fazem parte da Atlética, seja defendendo as cores azul e branco ou na diretoria.

Agradeço também aos meus professores de Educação Física da UFPR, que não apenas nos passaram os conhecimentos científicos, mas nos ensinaram várias lições de vida, Wanderley Marchi Junior, Marcelo Moraes e Silva, André Mendes Capraro, Raul Osiecki, Adriana Inês De Paula, Cristina Carta Cardoso De Medeiros, Vidal Palácios Calderon, Wagner De Campos e Neiva Leite. Com destaque aos professores Sergio Roberto Abrahão e Fernando Renato Cavichioli, por me acolherem e apoiarem em um dos períodos mais complicados da minha vida. Em especial, agradeço, ao meu orientador, que se disponibilizou a me ensinar e direcionar, apesar das várias disciplinas e tarefas que realiza, aceitou a minha proposta de tema e teve paciência nas correções, mostrando ser exemplo de docente, admirado por seus alunos pela dedicação conosco. Continue sendo essa inspiração para todos, Riqueldi Straub Lise.

Um reconhecimento também ao meu amigo Wesley pelas diversas conversas, dicas e trocas de informações sobre a monografia.

E, novamente, muito obrigado a todos os citados e aos outros grandes amigos que, infelizmente, não consegui mencionar, não por falta de reconhecimento, carinho ou admiração, pelo grande apoio.

“No futebol, a pior cegueira é só enxergar a bola”

Nelson Rodrigues

## RESUMO

O futebol é, sem dúvida, o maior fenômeno social esportivo do Brasil, sendo as arquibancadas dos estádios o palco que evidencia esta paixão nacional. Apesar do futebol atrair mais adeptos todos os anos, se fizermos uma comparação entre a média de público nos mais importantes estádios da capital paranaense na primeira década do século, de 2003 a 2010, e a segunda, de 2011 a 2018, podemos constatar um decréscimo na presença do público presente nas partidas. Para isso iremos identificar quais são os motivos que fizeram com que os torcedores dos três principais clubes de futebol da capital paranaense diminuíssem sua presença nos estádios através de uma abordagem qualitativa, pois apesar da relevância do fato, poucas pesquisas tem analisado especificamente o ocorrido. Busca-se também distinguir as considerações específicas dos torcedores do Athletico Paranaense, do Coritiba, e do Paraná Clube para a análise dos motivos que os têm afastado dos estádios visando fazer campanhas educacionais para amenizar os problemas, bem como fornecer subsídios para que os clubes solucionem ou criem alternativas para incentivar suas torcidas a frequentar os estádios. Os dados foram obtidos através de um questionário *online* disponibilizado na rede social Facebook, usando a escala de Tabela de Likert de 7 pontos para estabelecer sua relevância. Foi colhida uma amostra de 281 participantes e, para análise das respostas, foi usado o programa *Microsoft Excel 2009*, apresentado em forma de gráficos e tabelas, usando dois tipos de porcentagem: a relevância a partir de questões dos fatores e a geral calculada entre os fatores analisados. A busca pela referência bibliográfica foi realizada através do portal Scielo e no banco de tese do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Capes/MEC, encontrado 1.709 resultados. O estudo concluiu que a principal causa que leva os torcedores de Curitiba a não frequentarem os estádios é o custo, seguido da programação esportiva, da insegurança e, por fim, o fator falta de sucesso da equipe. Especificamente, o que restringe a presença dos torcedores do Athletico Paranaense e do Paraná Clube é o custo, enquanto o que afasta os do Coritiba de sua arquibancada é o baixo desempenho do time no campeonato do qual participa.

Palavras-chave: Torcida; frequência; clube; diminuição; fatores; violência; torcer; futebol.

## **ABSTRACT**

The soccer is, without a doubt, the biggest sportive phenom in Brazil, being the stadium grandstands the stage that evidence this nacional passion. Although the soccer attracts more supporters each year, if we make a balance between the public average in the most important stadiums in the Paraná state's capital, Curitiba, in the first decade of the 21st century, from 2003 to 2010, and the second decade, from 2011 to 2018, we can notice a decrease in attendance of the audience in the matches. For this, we're going to identify which are the reasons that made the supporters of the three main soccer teams of the city decreased their attendance in the stadiums through a qualitative, approach, because despite the relevance of the fact, just a few researches have analysed specifically this occurrence. Is also the interest distinguish the specifics fans considerations of these soccer teams: Athletico Paranaense, Coritiba and Paraná Clube. For analysis of the reasons that have been distanced the supporters from the stadiums, seeking the making of educational campaigns to amenize the problems, also to provide subsidies to the soccer clubs in the solutionate or create alternatives to stimulate their supporters to frequentate the stadiums. The data was obtained through online questionnaires, made available in the social network "Facebook", using the Likert 7 Points Scale table to establish it's relevance. It was raised a sample of 282 participants and, for analysis of the answers, was used the Microsoft Excel 2009 software, presenting in the shape of graphs and tables, using two kinds of percentage: the relevance from the question factors and the general, from the analyzed factors. The search for the bibliographic reference for was realized through the Scielo portal and at the thesis bank database periodicals portal of the Personnel Improvement Coordination of Capes Graduation Level/MEC, finding 1.709 results. The study concludes that the main reason that leads the Curitiba City supporters to not frequent the stadiums are the costs, followed by the esporteive programming, the insecurity, and finally, the bad results of the team. Specifically what restringe the presence of Athletico Paranaense and Paraná Clube supporters it's the costs, meanwhile what keep away the Coritiba supporters from the grandstands is the low performance of the team in the championship that participates.

**Keywords:** twistid; frequency; club; decrease; factors; violence; supporters; soccer.

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – PREÇO MÉDIO DOS INGRESSOS DO ATHLETICO PARANAENSE NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2003 A 2018.....	28
QUADRO 2 – MÉDIA DE PÚBLICO DO CORITIBA E SUA COLOCAÇÃO NO CAMPEONATOBRASELEIRO DE 2003 A 2018 .....	30
QUADRO 3 – VALOR MÉDIO E INGRESSOS MAIS BARATOS, AO LONGO DOS ANOS COM A MÉDIA DE PÚBLICO DA TORCIDA DO PARANÁ CLUBE DE 2003 A 2018 .....	33



## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – FATORES QUE RESTRINGEM A IDA DOS TORCEDORES DE FUTEBOL NOS ESTÁDIOS E SUAS PERGUNTAS.....	20
TABELA 2 – FATORES QUE RESTRINGEM OS TORCEDORES DE FUTEBOL DA CAPITAL PARANAENSE.....	22
TABELA 3 – FATORES QUE RESTRINGEM OS TORCEDORES DO ATHLETICO PARANAENSE DE IREM AO ESTÁDIO.....	26
TABELA 4 – PRINCIPAL FATOR QUE INFLUENCIA NA DIMINUIÇÃO DO TORCEDOR DO ATHLETICO PARANAENSE IREM NO ESTÁDIO.....	27
TABELA 5 – FATORES QUE RESTRINGEM OS TORCEDORES DO CORITIBA FOOT BALL CLUB A IREM AO ESTÁDIO DE FUTEBOL.....	29
TABELA 6 – PRINCIPAL FATOR QUE INFLUENCIA NA DIMINUIÇÃO DO TORCEDOR DO CORITIBA FOOT BALL CLUB A FREQUENTAREM O ESTÁDIO.....	29
TABELA 7 – FATORES QUE RESTRINGEM OS TORCEDORES DO PARANÁ CLUBE IREM AO ESTÁDIODE FUTEBOL.....	31
TABELA 8 – PRINCIPAL FATOR QUE INFLUENCIA NA DIMINUIÇÃO DO TORCEDOR DO PARANÁ CLUBE NO ESTÁDIO.....	32

## **LISTA DE SIGLAS**

CAPES	- Coordenação De Aperfeiçoamento De Pessoal De Nível Superior
CBF	-Confederação Brasileira De Futebol
COMOVEEC	- Comissão De Monitoramento Da Violência Em Eventos Esportivos
E Culturais	
FECOMÉRCIO	- Federação Do Comércio De Bens, Serviços E Turismo
IBOPE	- Instituto Brasileiro De Opinião Pública E Estatística
MEC	- Ministério Da Educação
TV	- Televisão
UFPR	- Universidade Federal Do Paraná

## LISTA DE ABREVIATURAS

et. al.	- E outros
nº.	- Número
R\$.	- Reais

## SUMÁRIO

<b>PRÓLOGO</b>	10
<b>1 INTRODUÇÃO</b>	11
1.1 Contexto	11
1.2 Justificativa social	13
1.3 Justificativa acadêmica	13
1.4 Problema	14
1.5 Objetivo Geral	14
1.6 Objetivo Específico	14
<b>2 MATERIAL E MÉTODOS</b>	15
2.1 Instrumentos e Procedimentos	16
2.2 Tratamentos de dados e estatística	16
<b>3 RESULTADOS/ ANÁLISE DOS DADOS</b>	18
3.1 Perfil dos torcedores da capital paranaense que não frequentam os estádios de futebol	18
3.2 Fatores que restringem os torcedores de futebol da capital paranaense	20
3.3 Fatores que influenciam na diminuição de torcedores do Athletico paranaense no estádio Joaquim Américo Guimarães, popularmente conhecido como arena da baixada	26
3.4 Fatores que influenciam na diminuição de torcedores do Coritiba Foot Ball Club no estádio Major Antônio Couto Pereira, mais conhecido por Couto Pereira	28
3.5 Fatores que influenciam na diminuição de torcedores do Paraná Clube no estádio Durival Brito e Silva, também conhecido como Vila Capanema	31
3.6 Semelhança de fatores entre as torcidas	33
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	35
<b>REFERÊNCIAS</b>	37
<b>ANEXO 1</b>	43
<b>ANEXO 2</b>	45

## PRÓLOGO

O meu envolvimento com o futebol começou quando eu era pequeno, não sei bem ao certo descrever um momento específico, mas o que ficou marcado, na minha infância, eram as idas ao estádio de futebol com meu pai e irmão. Era algo extraordinário, com apenas 12 anos, ver o estádio cheio, as bandeiras tremulando, a bateria tocando e a torcida pulando. Achava tudo aquilo o máximo e via todos ao meu lado numa sinergia única em prol de apoiar o time. Quando o resultado das partidas não era positivo, lembro-me de comentar com meu irmão e pai que, apesar de ser ruim perder, estar no estádio diminuía a tristeza da perda.

Com o passar dos anos, minha frequência aos estádios foi aumentando, sempre com a mesma empolgação, mas pude notar que o número de torcedores era menor do que antes e sempre ficava meu perguntando a razão disso, pois aquele ambiente para mim era único e parecia também ser este o pensamento das pessoas a minha volta. Cada um teorizava o motivo da diminuição dos torcedores nos estádios, alguns acreditavam que a causa era a violência nos estádios, outros o preço do ingresso, alguns o horário das partidas, as más condições do estádio, ou o fato do time não estar bem classificado, ou, ainda, a dificuldade de locomoção até o estádio, mas, de fato, não chegavam a nenhuma entendimento definitivo para isso.

Pude notar, em conversas com amigos de outros clubes da capital paranaense, que isso acontecia com eles também, mas ninguém tinha uma resposta para a questão, apenas teorias de possíveis fatores.

Cursando a faculdade de Educação Física da UFPR, no último ano, em minha monografia, poderei sanar a incerteza sobre a causa deste fato que me intriga há anos.

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 CONTEXTO

Segundo o dicionário, um dos significados da palavra torcida é um coletivo de pessoas que assiste à algum esporte. Por se tratar de um público heterogêneo existem vários tipos de manifestações, como exemplo cantos, vaías, aplausos, xingamentos, gritos entre outras. Esse estereótipo é confirmado por Toledo (2009), o qual relata que torcer é um ato de livre escolha, um valor democrático praticado por qualquer um, sob qualquer intensidade, independente de *status* ou classe.

Para Malaia (2012), essa intensidade que é o torcer, não é apenas um ato de acompanhar e apoiar uma equipe, e, sim, o de fazer parte do jogo, fazendo com que o torcedor ache que sua ação interfira nele diretamente. Seguindo essa linha, Giulanotti (2012) classifica os torcedores contemporâneos como fanáticos, seguidores, fãs e *flanuers* (torcedor moderno, mais voltado ao consumo).

Um ponto muito importante é a identificação que a pessoa já tem com o clube. Heere e James (2007), reconhecem este fato como a teoria da identidade de grupo, que sugere que torcedores esportivos se consideram parte de uma organização, e não meros consumidores de um produto ou serviço.

O consumir, seja para fins de manutenção das necessidades básicas ou supérfluas, é uma atividade presente em todas as sociedades modernas, segundo Barbosa (2010). Quando relacionamos o consumo com o esporte, conforme Carvalho et al. (2013), observamos que principalmente o futebol possui clientes mais fiéis e leais do que em qualquer outro tipo de mercado. Contudo, esta fidelidade não está associada à satisfação, pois envolve questões emocionais.

Dessa forma, é preciso saber conciliar o torcedor com seu clube, as estratégias usadas para isso dependem de cada instituição. Uma das formas citadas por Gladden e Funk (2002) é pelo local, região demográficas que correspondem à origem das equipes e atletas, pois há a necessidade dessa aproximação da comunidade com o clube.

Outro fator que pode impactar nessa união entre clubes e torcedores é a experiência que ele vive durante o consumo, pois de acordo com Carvalho et al. (2013), o consumir esportivo está em um patamar diferente dos demais. Segundo pesquisas realizadas por Wakefield, Blodgett e Sloan (1996), tem efeito significativo

na frequência dos torcedores, além do ambiente físico do estádio, o espaço de estacionamento, a limpeza e o serviço de alimentação ofertado.

Para Theodorakis et al (2001), existem outros aspectos relacionados a frequência dos espectadores, fora o acesso ao estádio, seria confiança, receptividade, tangibilidade e segurança. Por último podemos destacar, conforme Madrigal (1995), que a ida de torcedores aos estádios está relacionada com o resultado da partida, e a satisfação do consumidor é essencial para o retorno ao evento.

Esse aspecto pôde ser observado em Portugal pelo Sport Lisboa e Benfica, pois, em suas 15 partidas como mandante, obteve uma média superior a 38 mil pessoas, enquanto a média de público do campeonato português, por jogo, foi de 10,082 espectadores na temporada 2010/2011. Já, no Brasil, em 2016, o *site* Balanço da Bola fez um levantamento que mostra que os clubes da série A do campeonato brasileiro não conseguiram levar público para encher sequer metade da capacidade dos estádios. Esses dados são ainda piores se analisarmos os times da capital paranaense no campeonato brasileiro serie A ou B uma vez que, segundo o sitio Globo Esporte, a taxa de ocupação média do Atlético-PR é de 21%<sup>1</sup>, enquanto a do Coritiba é de 15%<sup>2</sup> e a do Paraná Clube de 31%<sup>3</sup>. Por outro lado, os times paulistas atingem média bem superior, sendo a do Corinthians de 67%<sup>4</sup> e do Palmeiras de 69%<sup>5</sup>.

Esses dados mostram uma redução quem vem acontecendo ao longos dos anos, com algumas variações dependendo do ano em questão, mas, num aspecto geral, se levarmos em consideração o público do campeonato brasileiro dos times da capital paranaense, desde de 2003, quando começou o novo formato de disputa (pontos corridos, com jogos de ida e volta entres os times), foram realizados até agora 16 campeonatos, sendo 8 deles na primeira década do século XXI, e 8 campeonatos na segunda década do século.

Separando a média de públicos dos times Athletico Paranaense, Coritiba e Paraná, podemos notar que houve uma diminuição da média de público entre as duas décadas analisadas, sendo que, na primeira, o Athletico Paranaense teve média total de 108,817 pessoas nos primeiros 8 anos, e na segunda, reduz para 100,721

---

<sup>1</sup> A capacidade do estádio Joaquim Américo Guimarães do Athletico-pr com 42.372 mil lugares.

<sup>2</sup> A capacidade do estádio Major Antônio Couto Pereira do Coritiba com 40.502 lugares.

<sup>3</sup> A capacidade do estádio Durival Britto e Silva do Paraná Clube com 20.083 lugares.

<sup>4</sup> A capacidade do estádio Arena Corinthians do Corinthians com 47.605 lugares.

<sup>5</sup> A capacidade do estádio Allianz Parque do Palmeiras com 43.713 lugares.

pessoas<sup>6</sup>. Já o Coritiba, na primeira década, obteve uma média de 117,566 pessoas e, na segunda, 96,627 pessoas<sup>7</sup>, enquanto o Paraná Clube, ficou com 50,413 pessoas, na primeira década, e 39,488 pessoas<sup>8</sup>, na segunda década do século XXI, segundo (Coritiba 2017, Paraná Clube 2017, Gazeta do Povo 2017, História do Coritiba, Globo Esporte 2018, CBF 2012 e 2013, Athletico Paranaense).

Para Casper, Kanters e James (2009), é fundamental para os clubes compreenderem e preverem os comportamentos dos torcedores de esporte. Sendo necessário identificar os motivos pelos quais os torcedores de futebol reduziram sua presença nos estádios da capital paranaense, uma vez que, além de tal comparecimento incentivar os jogadores Malaia (2012), os clubes podem receber altos valores oriundos das bilheterias dos estádios, conforme publicado pelo sítio Globo Esporte (2018), o que ajudaria a promover o esporte. Portanto, é necessário saber os desejos e os anseios dos torcedores de futebol e consequentemente o que os têm afastado dos estádios. Além disso, é preciso verificar se existem semelhanças entre as justificativas identificadas entre as torcidas dos clubes da capital.

## 1.2 JUSTIFICATIVA SOCIAL:

Assim que forem identificados os fatores que motivam a diminuição da frequência dos torcedores de futebol nos estádios da capital paranaense, podem-se fazer campanhas educacionais para amenizar tal problema. Além disso, essas informações servem de subsídio para que os clubes tentem solucionar ou criar alternativas para os obstáculos apontados e estimulem que os torcedores voltem às arquibancadas.

## 1.3 JUSTIFICATIVA ACADÊMICA

Nesse sentido, ressalta-se a relevância de que se analisem de maneira científica quais os fatores que fazem com que o indivíduo escolha ir ou não aos

---

<sup>6</sup> Soma das médias de público do Athletico-pr no campeonato brasileiro (2003,2004,2005,2006,2007,2008,2009,2010) e (2011,2012,2013,2014,2015,2016,2017,2018).

<sup>7</sup> Soma das médias de público do Coritiba no campeonato brasileiro (2003,2004,2005,2006,2007,2008,2009,2010) e (2011,2012,2013,2014,2015,2016,2017,2018).

<sup>8</sup> Soma das médias de público do Paraná Clube no campeonato brasileiro (2003,2004,2005,2006,2007,2008,2009,2010) e (2011,2012,2013,2014,2015,2016,2017,2018).



estádios de futebol da capital paranaense e se é possível o retorno dos torcedores às arquibancadas. Existem poucas pesquisas analisando especificamente o fenômeno, como, por exemplo, aquelas realizadas em Santa Catarina e Pernambuco, assim, destaca-se a importância de estudos relacionados ao estado do Paraná, com foco na capital paranaense, uma vez que nenhuma análise da questão foi encontrada nesta região.

#### 1.4 PROBLEMA

Há a curiosidade de identificar os motivos pelos quais os torcedores de futebol reduziram sua presença nos estádios da capital paranaense, uma vez que, além de tal comparecimento incentivar os jogadores, os clubes podem receber altos valores oriundos das bilheterias dos estádios, conforme publicado pelo site Globo Esporte (2018), o que ajudaria a promover o esporte. Portanto, é necessário saber os desejos e os anseios dos torcedores de futebol e consequentemente o que os têm afastado dos estádios. Além disso, é preciso verificar se existem semelhanças entre as justificativas identificadas entre as torcidas dos clubes da capital. Considerando o campeonato brasileiro, desde o início da era dos pontos corridos 2003 até o ano de 2018, quais são os principais fatores que levam os torcedores dos três maiores clubes de futebol pertencentes a região de Curitiba a reduzir sua frequência nos estádios de futebol da capital paranaense?

#### 1.5 OBJETIVO GERAL

O objetivo desse estudo será verificar quais são os principais fatores que levam os torcedores de futebol a reduzir sua frequência nos estádios de futebol da capital paranaense durante o campeonato brasileiro, desde o início da era dos pontos corridos 2003 até o ano de 2018.

#### 1.6 OBJETIVO ESPECIFICO

- Verificar qual o principal fator que influencia na diminuição de torcedores do Athletico Paranaense no Estádio Joaquim Américo Guimarães, popularmente conhecido como Arena da Baixada.

- Verificar qual o principal fator que influencia na diminuição de torcedores do Coritiba no Estádio Major Antônio Couto Pereira, mais conhecido por Couto Pereira.
- Verificar qual o principal fator que influencia na diminuição de torcedores do Paraná Clube no Estádio Durival Britto e Silva, também conhecido como Vila Capanema.
- Verificar se existe alguma semelhança entre os clubes

## **2 MATERIAL E MÉTODOS**

A presente pesquisa se caracteriza qualitativa descritiva-survey. Para Neves (1996) “nas pesquisas qualitativas é frequente que o pesquisador procure entender os fenômenos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e a partir disso situe sua interpretação dos fenômenos estudados”. Segundo Thomas e Nelson e Silverman (2012) a descrição survey é baseada em informações de uma população de interesse e através de uma pesquisa tenta-se adquirir dados dela.

Devido ao tema ser muito abrangente e ter diversos fatores que influenciem na diminuição de torcedores de futebol nos estádios, como poderemos ter visto por Theodorakis et al (2001), nos basearemos de um questionário adaptado por Cardoso (2014), no qual foi utilizado três partes e foi elaborado segundo a literatura, de acordo com a especificidade do espetáculo do futebol. A primeira parte, dedicada às restrições internas, foi composta por 13 itens, sendo 10 itens derivados de Kim e Trail (2010) e 3 itens derivados de Dale et al. (2005). A segunda parte, num total de 36 itens, foi dedicada às restrições externas. Para o efeito, utilizaram-se de 23 itens dos propostos por Kim e Trail (2010) e 13 itens da autoria de Dale et al (2005) e Ingen e Eijck (2009). Para a terceira parte foi avaliado a lealdade na qual foram utilizados duas subescalas, uma subescala para medir a intenção de assistir a mais jogos, composta por 3 itens propostos por Yoshida e James (2010) e uma segunda subescala também com 3 itens para medir a intenção de comprar merchandising, tal como proposto por Kim e Trail (2010). A tradução dos itens para a língua portuguesa foi efetuada por um licenciado em gestão do desporto com vasta experiencia no futebol e revista por três investigadores seniores da área da gestão do desporto e um tradutor profissional.

Todos os itens foram avaliados através de uma escala de Likert com 7 pontos, com os pontos extremos de 1 (discordo totalmente) e 7 (concordo totalmente), sendo

que nas dimensões das restrições era concedida a opção de resposta não aplicável, devido ao teor potencialmente não aplicativo de alguns itens (por exemplo, os transportes públicos).

Dessa maneira, baseado na adaptação do questionário de Cardoso (2014) sobre a influência das restrições na lealdade dos espectadores de futebol: Sport Lisboa e Benfica, foi elaborado um questionário online adaptado para analisar possíveis indicativos para o não comparecimento em grande quantidade dos torcedores nos estádios.

Para critério de escolha em que o questionário seria aplicado, foi optado por grupos de torcedores do time da capital paranaense utilizando a internet como forma de encontrar os torcedores, por meio da rede social Facebook.

Para critério de exclusão do questionário seria de pessoas que ainda frequentam estádios de futebol, pessoas que nunca foram assistir jogos no estádio, pessoas que ao longo de 2 anos foram mais que 7 jogos.

Após a obtenção das respostas dos questionários, as mesmas foram agrupadas e classificadas em quais os fatores que mais influenciam os torcedores de futebol a frequentarem os estádios da capital paranaense. E relacionar coeficientes em comum.

## 2.1 Instrumentos e Procedimentos

Os dados obtidos serão através da aplicação de um questionário online enviados para os fóruns de debates no facebook. As respostas seguem a escala de Likert com 7 pontos, sendo 1 (Discordo Totalmente) e 7 (Concordo Totalmente) De acordo com Costa (2011), a vantagem de usar a escala de Likert é pela facilidade de manuseio, pois o pesquisado pode emitir um grau de concordância sobre uma afirmação qualquer.

## 2.2 Tratamento dos Dados e Estatística

Os dados foram tabulados em uma planilha eletrônicas do programa *Microsoft Excel* 2009 e apresentados em forma de gráficos e tabelas Objetivando identificar o motivo que leva os torcedores da capital paranaense a reduzirem sua ida ao estádio

de seu clube de futebol, foi elaborado um questionário com nove fatores onde todos os entrevistados foram submetidos às mesmas perguntas e às mesmas alternativas de respostas, cujos itens utilizaram a escala de Likert nos níveis de 1 a 7, adaptados com base em Oliveira (2005), sendo definidos os parâmetros 1 a 3 como “insignificantes”, 4 como “intermediário”, e de 5 a 7 como “relevantes”.

Para análise das questões foram considerados, apenas, os níveis 5 a 7 da escala Likert e, depois, o cálculo da relevância de cada um dos nove fatores pesquisados foi obtido através do percentual das pessoas entrevistadas que responderam aos níveis avaliados (níveis 5 a 7) do total das pessoas pesquisadas.

Foram também usados dois tipos de porcentagem: a relevante com foco apenas nas repostas com relevância, a partir do fator e suas questões e a geral, calculada entre os fatores analisados.

A busca do referencial teórico foi realizada no portal de pesquisas Scielo e no banco de tese do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Capes/MEC, sendo acessado no dia 3 de maio de 2019, para critério de busca usamos as seguintes palavras-chaves: futebol, torcida, torcedor e violência, sendo computados 1.709 resultados, foram usados somente as seguintes áreas de conhecimento: ciências do esporte, educação e pesquisa educacional, psicologia, sociologia, gerenciamento, ciências sociais interdisciplinar, psicologia multidisciplinar, educação de disciplinas científicas, comunicação, história, estudo culturais economia, negócios, psiquiatria, psicologia social, estudos urbanos, história e filosofia da ciência, psicologia educacional, administração pública e nas quais os títulos tivessem as palavras chaves, caso não tivesse o artigo foi excluído, sobrando 9 estudos. Na sequência, foi analisado os principais autores citados nessas obras, os quais foram selecionados e pesquisados na Plataforma Lattes, sendo avaliado todas as suas publicações, que se encaixavam nos critérios de inclusão e exclusão citados acima, até ficarem com um total de 29 artigos

### **3 RESULTADOS/ ANÁLISE DOS DADOS**

#### **3.1 PERFIL DOS TORCEDORES DA CAPITAL PARANAENSE QUE NÃO FREQUENTAM OS ESTÁDIOS DE FUTEBOL**

O futebol é um esporte com ampla popularidade e uma atividade cujo público demonstra um apego significativo por seus times como é apontado por Scharf et al (2016). Assim, participar da torcida é uma experiência única que traz ao indivíduo sensações, emoções e fantasias, as quais têm sido objeto de inúmeros estudos em vários ramos da ciência.

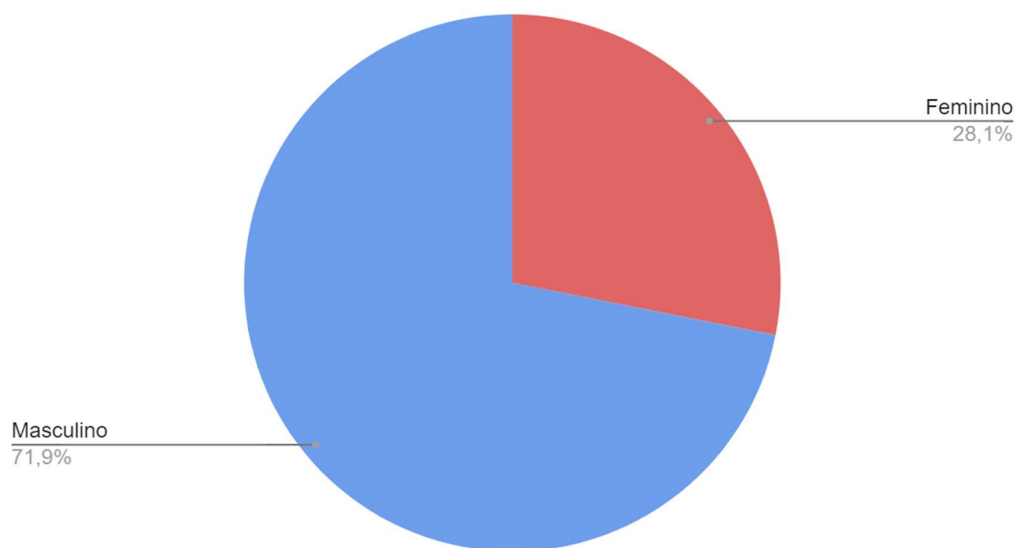
Para Bill Buford (1991), quando o indivíduo vai ao campo de futebol, interagindo com os demais torcedores de seu clube, ele canta, chora, sofre e comemora o placar com os demais e, mesmo que não haja qualquer vínculo entre eles além daquele espaço, ocorre um processo de socialização.

Ressalta-se ainda que a presença dos torcedores no estádio além de gerar lucro para o clube é um determinante externo importante para os jogadores de futebol, o qual tem interferência significativa considerando que o mesmo tanto pode motivar quanto pode ser um fator de geração de tensão aos atletas que participam da partida.

Para análise dessa, foi realizada uma pesquisa com torcedores do Club Athletico Paranaense, Coritiba Foot Ball Club e Paraná Clube, através de grupos da rede social Facebook, sendo questionadas 281 pessoas, predominantemente do sexo masculino (71,89%) e com faixa etária entre 21 e 40 anos. Analisou-se que a maioria dos pesquisados possuem o ensino médio completo ou estão cursando o ensino superior, somando 59,79% das pessoas. Ressalta-se que esta pesquisa foi realizada totalmente por meios eletrônicos e que nem todos os torcedores de futebol têm acesso à *internet* como é apontado por Castells (2004), em que destaca o conceito de “infoexclusão” sobre a desigualdade no acesso à internet. Já Kanchar (2002), relata que a internet pode beneficiar um grupo etário melhorando as condições de interação social.

GRÁFICO 1 – SEXO DOS PESQUISADOS

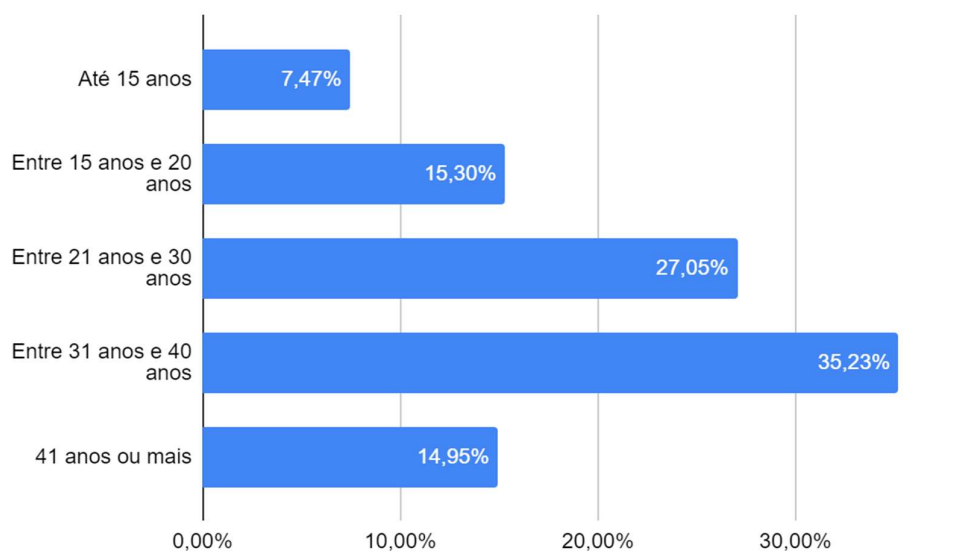
Sexo



Fonte: O autor (2019)

GRÁFICO 2 – FAIXA ETÁRIA DOS PESQUISADOS

Idade



Fonte: O autor (2019)

### 3.2 FATORES QUE RESTRINGEM OS TORCEDORES DE FUTEBOL DA CAPITAL PARANAENSE

De acordo com uma série de estudos realizados pela empresa Pluri Consultoria (2013), distribuídos com a finalidade única de prestar informações ao mercado em geral, observou-se a redução da taxa de ocupação dos estádios brasileiros, bem como o descenso do Brasil no *ranking* mundial, em razão do número cada vez maior de assentos disponíveis durante as partidas.

Para procurar identificar quais são os possíveis fatores que fazem com que os torcedores de futebol da capital paranaense restringem sua ida ao estádio, foi proposto uma pesquisa com 9 fatores que podem ser a causa do não comparecimento ao campo.

Na qual é apresentado na tabela 1, alguns fatores que fazem com que os torcedores da capital paranaense restringem sua ida ao estádio. Cada fator contém sua especificidade, com o intuito de direcionar as principais causas que fazem os simpatizantes a diminuírem suas frequências.

**TABELA 01 – Fatores que restringem a ida dos torcedores de futebol nos estádios e suas perguntas**

				(continua)
Fator	Irrelevante	Intermediário	Relevante	Relevante (%)
<b>Acessibilidade</b>				
1) A falta de estacionamentos ou sua má localização para o acesso ao estádio	193	44	44	31,43
2) A dificuldade de transportes públicos	183	47	51	36,43
3) A estrutura deficiente do estádio para lidar com multidões	215	21	45	32,14
<b>Outros tipos de lazer</b>				
1) Prefiro estar no computador ou na internet	200	33	48	18,05
2) Prefiro assistir televisão	180	45	56	21,05
3) Acho melhor assistir à partida de futebol com amigos em um bar	181	36	64	24,06
4) Ver os jogos na televisão ou internet	136	47	98	36,84

**Falta de interesse e companhia nos jogos fazem com que você não vá ao estádio**

1) Não ter companhia para ir aos jogos	147	27	107	86,29
--	-----	----	-----	-------

**TABELA 01 – Fatores que restringem a ida dos torcedores de futebol nos estádios e suas perguntas**

(continua)

<b>Fator</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Intermediário</b>	<b>Relevante</b>	<b>Relevante (%)</b>
2) Não ter interesse em ir ao estádio	240	24	17	13,71
<b>Falta de sucesso</b>				
1) Não ter resultados satisfatórios	173	25	83	28,92
2) Não estar na luta pelo título	188	33	60	20,91
3) A má administração do Clube	184	22	75	26,13
4) O fraco desempenho da Comissão Técnica.	188	24	69	24,04
<b>O custo</b>				
1) O elevado custo financeiro (refrigerante, pipoca, cerveja, salgado) dificulta sua ida ao estádio.	71	44	166	41,40
2) O elevado preço do ingresso dificulta ou impede sua ida aos jogos	22	24	235	58,60
<b>Segurança</b>				
1) A falta de segurança na entrada, na saída e no entorno do estádio em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio.	167	46	68	19,26
2) A falta de segurança dentro do estádio em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio.	224	25	32	9,07
3) A falta de segurança nos terminais de ônibus em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio.	102	47	132	37,39
4) O medo da violência das torcidas em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio.	117	43	121	34,28
<b>Alternativas de prática esportivas ou compromissos sociais</b>				
1) Práticas esportivas	211	27	43	37,07
2) Compromissos sociais	157	51	73	62,93



**Localização é um fator que dificulta sua ida ao estádio**

1) A distância/tempo percorrida até chegar ao estádio	173	24	84	66,14
2) A localização do estádio	206	32	43	33,86

**Localização é um fator que dificulta sua ida ao estádio**

1) A distância/tempo percorrida até chegar ao estádio	173	24	84	66,14
---	-----	----	----	-------

**TABELA 01 – Fatores que restringem a ida dos torcedores de futebol nos estádios e suas perguntas****(conclusão)**

<b>Fator</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Intermediário</b>	<b>Relevante</b>	<b>Relevante (%)</b>
2) A localização do estádio	206	32	43	33,86
<b>Programação esportiva do campeonato brasileiro faz com que você não vá ao estádio</b>				
1) Horário do jogo	106	49	126	56,00
2) Dia do jogo	136	46	99	37,22

Fonte: O autor (2019)

Na tabela 2, foi condensado em apenas os fatores, afim de analisar quais os principais motivos que fazem com que os torcedores do Athletico, Coritiba e Paraná Clube reduzam sua frequência aos seus estádios de futebol.

**TABELA 02 – Fatores que restringem os torcedores de futebol da capital paranaense**

<b>Fator</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Intermediário</b>	<b>Relevante</b>	<b>Total</b>	<b>Relevante (%)</b>	<b>Geral (%)</b>
Acessibilidade	591	112	140	843	16,61	6,06
Outros tipos de lazer	697	161	266	1124	23,67	8,64
Falta de interesse e companhia nos jogos fazem com que você não vá ao estádio	387	51	124	562	22,06	8,06
Falta de sucesso	733	104	287	1124	25,53	9,32
O custo	93	68	401	562	71,35	26,05
Segurança	610	161	353	1124	31,41	11,47
Alternativas de prática esportiva ou compromissos sociais	368	78	116	562	20,64	7,54
Localização é um fator que dificulta sua ida ao estádio	379	56	127	562	22,60	8,25
Programação esportiva do campeonato brasileiro	242	95	225	562	40,04	14,62

faz com que você não vá  
ao estádio

Fonte: O autor (2019)

---

Segundo os resultados encontrados na tabela 2, o custo é o principal motivo que tem afastado os torcedores de seus estádios (26,05%), sendo o preço do ingresso das partidas a razão que mais influência na tomada de decisão de ir ou não ao campo (58,60%), como visto na tabela 1.

Na pesquisa realizada, o preço para frequentar o estádio é o fator que provoca o maior impacto e afasta o torcedor do campo de futebol. Segundo a literatura, o fator custo costuma ser o que mais influência na tomada de decisão do torcedor de ir ou não aos estádios, como podemos observar no trabalho de Cardoso, Correia, Biscari, (2014) apontado por Proni (2016). Os preços elevados dos ingressos podem ser uma estratégia de mercadologia dos clubes para persuadir o público alvo, no caso os torcedores, a adquirir um programa de “sócio torcedor”, que de acordo Pereira et al., (2014), é um mecanismo de relacionamento criado por clubes de futebol, que incentiva e promove a aproximação entre clubes e seus torcedores com planos oferecidos pelas equipes nos quais os associados efetuam pagamentos anuais ou mensais e contam com vantagens, como a utilização do sistema de cartão-ingresso, em que a carteirinha de sócio é utilizada para passar na entrada no estádio, o abatimento ou preferência na compra de ingressos, bônus em produtos e serviços, poder de votar em eleições e outras vantagens.

Apesar do faturamento de programas de sócio torcedor ser relevante para os clubes, uma vez que a receita seria regular, deve ser considerado que o futebol é um esporte popular no Brasil e que muitos torcedores não têm condições financeiras de arcar com o alto dos ingressos e muito menos de participar dos planos oferecidos pelos clubes. Um dado interessante que podemos conectar com essa informação é que na cidade de Curitiba registrou em março de 2016, 84,4% de famílias endividadas conforme apontado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio). Sendo interessante reservar um setor de preço realmente popular como forma de limitar a restrição provocada pelo custo e possibilitar o acesso de todos que querem presenciar a partida, pois o ato de ir ao estádio faz com que o torcedor se sinta integrado a um conjunto de pessoas que compartilham o amor por seu clube.

De acordo com a pesquisa contratada pela Confederação Brasileira de Futebol, encomendado pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística sobre

o campeonato brasileiro em 2015, o valor do ingresso é um dos motivos que mais fazem o torcedor não comparecer ao estádio.

Na sequência, o que muitas vezes impede o torcedor de ir ao estádio é a programação esportiva do campeonato brasileiro (14,62%) como apresentado na tabela 2. Neste tópico o que mais dificulta na tomada de decisão dos torcedores de Curitiba é o horário dos jogos (56%), como mostrado na tabela 1.

De acordo com Crawford e Godbey (1987), existem algumas barreiras que restringem as pessoas a fazerem determinada coisa, na questão de programação esportiva por exemplo por não depender da pessoa em si e sim de uma organização na qual organiza os horários das partidas de futebol, podemos caracterizar como uma barreira estrutural, pois são fatores externos que atrapalha o torcedor.

Os horários de jogos de futebol são estabelecidos pela Confederação Brasileira de Futebol e a Televisão detentora dos direitos de transmissões, e normalmente esses horários dificultam a ida dos torcedores que trabalham, pois, as partidas acabam muito tarde. Vale ressaltar que os clubes possuem uma dependência em relação aos direitos de televisão, conforme analisado por Rebelo e Torres (2001), destacando que a renda derivada da TV chega a 57% do total da receita dos clubes, chegando até 90%, dessa maneira a emissora escolhe o horário na qual ela acha mais apropriada.

Além disso, vale destacar quem em 2015, a Confederação Brasileira de Futebol, encomendou ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística uma pesquisa sobre a percepção dos torcedores quanto ao campeonato brasileiro. A pesquisa mostrou que 69% dos entrevistados preferem que os jogos do meio de semana comecem mais cedo. Ressaltando que desde 2015 até o presente trabalho 2019 o horário tradicional das partidas de futebol mudou de 22 horas para 21:30 horas

Em seguida, os resultados mostram que a Segurança também é um fator que afeta a ida dos torcedores ao campo de futebol (11,47%), pois os entrevistados destacam que, em dias de jogos, têm receio da falta de segurança nos terminais de ônibus (37,39%) e medo da violência das torcidas (34,28%).

Ao nos depararmos com o quesito segurança é possível notar que a cada novo episódio de violência noticiado, dentro ou fora dos estádios, os torcedores deixam de frequentar as arquibancadas como alternativa de entretenimento, pois, atualmente, as pessoas tem medo do deslocamento entre suas casas e o estádio, conforme apontado por Reis (2005) em questionamento à Polícia Militar mineira que, segundo a autora,

mantém um grande contingente dentro dos estádios, mas, insuficiente, fora dele, o que corrobora com os dados apresentados na pesquisa.

De acordo com a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003, que dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor, a prevenção da violência nos esportes é de responsabilidade do poder público, das confederações, federações, ligas, clubes, associações ou entidades esportivas, entidades recreativas e associações de torcedores, inclusive de seus respectivos dirigentes, bem como daqueles que, de qualquer forma, promovem, organizam, coordenam ou participam dos eventos esportivos, devendo ser garantido não só a segurança não só nos locais onde são realizados os eventos esportivos antes, durante e após a realização das partidas, mas também o acesso seguro e rápido ao evento, na entrada, e aos meios de transporte, na saída.

A insegurança é vista não apenas em Curitiba, mas também em Minas Gerais, onde é apontando na reunião da COMOVEEC (2007), como sendo um ponto problemático. Onde é apontada pela polícia mineira diversos problemas relacionados a ônibus durante dias de jogos. Podemos perceber que o problema da violência acontece em outras localidades do país, como no caso de Minas Gerais.

Silva (2008) registra, em seu estudo, que a violência é a maior preocupação dos torcedores e que a sensação de segurança aumentaria se os aqueles que cometessem crimes fossem efetivamente punidos.

Na pesquisa da CBF (2015), aponta que o primeiro e o segundo motivos que mais fazem os torcedores a não frequentar os estádios de futebol é a insegurança.

Outro motivo de relevância que reduz a presença da torcida nos estádios é a falta de sucesso das equipes, de acordo com 9,32% dos entrevistados. A principal causa indicada é a ausência de resultados satisfatórios do time (28,92%) seguida pela má administração do clube (26,13%).

Outra causa apresentada pela pesquisa para o torcedor não ir ao estádio é o fato de o time não ter resultado satisfatórios. Considerando que a relação do torcedor com seu clube envolve a emoção, quando a equipe não corresponde ao esperado, muitas vezes o público deixa de frequentar as arquibancadas com regularidade.

De acordo com Damo (2005), o amor ao clube é incondicional, a relação com o time que o representa, em contrapartida está sujeita a oscilações. Se o time apresenta uma série de resultados negativos a tendência é o esvaziamento do estádio, indicando o arrefecimento das paixões.

Também a má administração do clube é outra razão que faz os torcedores se afastarem do campo, pois, como citado anteriormente, considerando o envolvimento passional, quando os resultados obtidos não são aqueles almejados ou são insatisfatórios, os torcedores ficam insatisfeitos não só com os atletas, como também cobram da diretoria.

### **3.3 FATORES QUE INFLUENCIAM NA DIMINUIÇÃO DE TORCEDORES DO ATHLETICO PARANAENSE NO ESTÁDIO JOAQUIM AMÉRICO GUIMARÃES, POPULARMENTE CONHECIDO COMO ARENA DA BAIXADA**

Dando continuidade aos motivos que fazem com que os torcedores diminuam sua frequência nos estádios de futebol, vamos focar, nesse tópico, o clube Athletico Paranaense.

Na tabela 3, são apresentados alguns motivos que levam os torcedores do Athletico Paranaense a restringirem sua ida ao estádio, sendo que cada fator contém sua especificidade, com o intuito de direcionar a pesquisa das principais causas que fazem os simpatizantes a diminuírem sua frequência ao campo de futebol.

**TABELA 03 - Fatores que restringem os torcedores do Athletico paranaense de irem ao estádio**

<b>Fator</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Intermediário</b>	<b>Relevante</b>	<b>Total</b>	<b>Relevante (%)</b>	<b>Geral (%)</b>
Acessibilidade	458	77	101	636	15,88	7,12
Outros tipos de lazer	545	112	191	848	22,52	10,10
Falta de interesse e companhia nos jogos fazem com que você não vá ao estádio	312	34	78	424	18,40	8,25
Falta de sucesso	671	77	100	848	11,79	5,29
O custo	60	50	314	424	74,06	33,21
Segurança	485	117	26	628	4,14	1,86
Alternativas de prática esportivas ou compromissos sociais	288	56	80	424	18,87	8,46
Localização é um fator que dificulta sua ida ao estádio	295	38	91	424	21,46	9,63
Programação esportiva do campeonato brasileiro	196	76	152	424	35,85	16,08

faz com que você não vá  
ao estádio

Fonte: O autor (2019)

Já na tabela 4, vamos observar o principal fator que influencia a ida ou não ao estádio da torcida atleticana. Visto que no item anterior a grande razão que faz o torcedor é o custo.

**TABELA 04 – Principal fator que influencia na diminuição do torcedor do Athletico paranaense irem no estádio**

<b>Custo</b>	<b>%</b>
1) O elevado custo financeiro (refrigerante, pipoca, cerveja, salgado) dificulta sua ida ao estádio.	40,76
2) O elevado preço do ingresso dificulta ou impede sua ida aos jogos	59,24

Fonte: O autor (2019)

Na tabela 3 podemos observar que o principal motivo que afasta o torcedor rubro negro do estádio é o custo (33%), sendo o preço do ingresso o fator determinante (59,24%), conforme visto na tabela 4.

O preço elevado do ingresso da torcida do atlético pode ser explicada, conforme o estudo de Proni (2016), como sendo um ideia mercadológica do clube para convencer os torcedores a serem sócios, isso pode ser visto na reportagem do Globo esporte (2015), no qual o presidente do clube defende o preço adotado pelo clube.

No quadro 1, a seguir apresentado, constatamos o histórico da média do valor do ingresso aplicado pelo Clube Athletico Paranaense.

QUADRO 1 – Preço médio dos ingressos do Athletico paranaense no campeonato brasileiro

Ano	Ingresso Médio
2003	R\$ 15,00
2004	R\$ 16,82
2005	R\$ 20,00
2006	R\$ 25,00
2007	R\$ 22,89
2008	R\$ 30,00
2009	R\$ 40,00
2010	R\$ 53,16
2011	R\$ 60,00
2012	Não informado
2013	Não informado
2014	R\$ 150,00
2015	R\$ 116,67
2016	R\$ 93,33
2017	R\$ 100,00
2018	Não informado

Fonte: Gazeta do povo e Athletico paranaense (2018)

Com base nas informações disponibilizadas pelo Athletico paranaense e divulgadas pela Gazeta do povo (2018), observa-se que o valor do ingresso do rubro negro aumentou ao longo dos anos, e, apesar dos protestos da torcida, a política adotada pelo clube foi a de manter o alto custo do preço do ingresso, como se observa pelo sitio em Globo esporte (2017). Vale ressaltar que o presidente do clube anunciou também que o preço do ingresso iria aumentar para a próxima temporada, conforme publicado pelo sítio eletrônico Gazeta do povo (2018).

### **3.4 FATORES QUE INFLUENCIM NA DIMINUIÇÃO DE TORCEDORES DO CORITIBA FOOT BALL CLUB NO ESTÁDIO MAJOR ANTÔNIO COUTO PEREIRA, MAIS CONHECIDO POR COUTO PEREIRA.**

Na tabela 5 iremos são apresentados alguns motivos que levam os torcedores do Coritiba Foot Ball Club a restringirem sua ida ao estádio, sendo que cada fator contém sua especificidade, com o intuito de direcionar a pesquisa das principais causas que fazem os simpatizantes a diminuírem sua frequência ao campo de futebol.

**TABELA 05 - Fatores que restringem os torcedores do Coritiba Foot Ball Club a irem ao estádio de futebol.**

<b>Fator</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Intermediário</b>	<b>Relevante</b>	<b>Total</b>	<b>Relevante (%)</b>	<b>Geral (%)</b>
Acessibilidade	85	18	20	123	16%	4,62%
Outros tipos de lazer	94	27	43	164	26%	7,46%
Falta de interesse e companhia nos jogos fazem com que você não vá ao estádio	44	9	29	82	35%	10,06%
Falta de sucesso	35	13	116	164	71%	20,12%
O custo	19	13	50	82	61%	17,34%
Segurança	81	26	57	164	35%	9,88%
Alternativas de prática esportivas ou compromissos sociais	52	11	19	82	23%	6,59%
Localização é um fator que dificulta sua ida ao estádio	53	8	21	82	26%	7,28%
Programação esportiva do campeonato brasileiro faz com que você não vá ao estádio	28	6	48	82	59%	16,65%

Fonte: O autor (2019)

Na tabela 6, foi observado que o principal fator para a baixa frequência do torcedor coxa branca ao seu estádio é a falta de sucesso do time.

**TABELA 6 – Principal fator que influencia na diminuição do torcedor do Coritiba Foot Ball Club a frequentarem o estádio**

<b>Falta de sucesso</b>	<b>%</b>
1) Não ter resultados satisfatórios	25,00
2) Não estar na luta pelo título	18,10
3) A má administração do Clube	30,17
4) O fraco desempenho da Comissão Técnica.	26,72

Fonte: O autor (2019)

Os dados sinalizam que, para a torcida coxa branca, o principal aspecto que determina a ida ou não ao estádio é a falta de sucesso da equipe (20,12%), tendo os



entrevistados evidenciado, neste tópico, a má administração do clube, com 30,17%, e o fraco desempenho da comissão técnica, com 26,72%.

De acordo com os dados apurados pela História do Coritiba (2017), Futpedia (2017) e CBF (2018), relaciona-se a relação entre a média de público e a colocação do Coritiba Foot Ball Club no campeonato brasileiro.

QUADRO 2 – Média de público do Coritiba e sua colocação no campeonato brasileiro.

Ano	Média de público	Colocação no Campeonato brasileiro	Serie
2003	8.515	5	A
2004	7.415	12	A
2005	19.225	19	A
2006	10.715	6	B
2007	17.377	1	B
2008	18.104	9	A
2009	15.159	17	A
2010	8.239	1	B
2011	16.239	8	A
2012	11.033	13	A
2013	16.576	11	A
2014	13.293	14	A
2015	11.132	15	A
2016	9.164	15	A
2017	17.236	17	A
2018	5.850	10	B

Fonte: O autor (2019)

Conforme reportagem da Tribuna (2018), O Coritiba apesar de ser uma equipe com excelente aproveitamento quando joga em seu estádio, o Couto Pereira, suas arquibancadas muitas vezes refletem o desempenho do time no campeonato do qual participa.

Em 2018, ao participar da série B do Campeonato Brasileiro, o time teve em média 5.850 torcedores por partida, o que foi inferior ao ano de 2010, quando precisou jogar dez partidas na cidade de Joinville, em razão de incidentes ocorridos na última rodada do Brasileirão de 2009, no jogo diante do Fluminense. Em 2010, o Coritiba teve uma média de 8.239 torcedores por jogo, muito por conta desse período fora de seu estádio, mas acabou sendo campeão da segunda divisão.

Nos anos de 2006 e 2007, quando também disputou a Série B, o torcedor do Coritiba comprovou que sua presença nos jogos dependia muito do rendimento do time em campo pois em 2006, quando ele terminou na sexta colocação, a média de

público foi de 10.715 torcedores por partida e no ano seguinte, quando provou desde o início que seria capaz de brigar pelo acesso, o Coritiba, campeão da segunda divisão, levou em média 17.377 torcedores por jogo.

Interessante notar que isso se repete aos longos dos anos, conforme mostrando no quadro 2. Vale destacar que, quando a média de público era alta e a colocação não era boa, ocorreram promoções para aumentar o público no estádio, como podemos ver na reportagem do Terra (2009).

### **3.5 FATORES QUE INFLUENCIAM NA DIMINUIÇÃO DE TORCEDORES DO PARANÁ CLUBE NO ESTÁDIO DURIVAL BRITTO E SILVA, TAMBÉM CONHECIDO COMO VILA CAPANEMA.**

Na tabela 7, são apresentados alguns motivos que levam os torcedores Paraná Clube a restringirem sua ida ao estádio, sendo que cada fator contém sua especificidade, com o intuito de direcionar a pesquisa das principais causas que fazem os simpatizantes a diminuírem sua frequência ao campo de futebol.

**TABELA 7 - Fatores que restringem os torcedores do Paraná Clube irem ao estádio de futebol.**

<b>Fator</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Intermediário</b>	<b>Relevante</b>	<b>Total</b>	<b>Relevante (%)</b>	<b>Geral (%)</b>
Acessibilidade	60	16	21	97	21,65	6,07
Outros tipos de lazer	58	22	32	112	28,57	8,02
Falta de interesse e companhia nos jogos fazem com que você não vá ao estádio	31	8	17	56	30,36	8,52
Falta de sucesso	27	14	71	112	63,39	17,78
O custo	14	5	37	56	66,07	18,53
Segurança	44	18	50	112	44,64	12,52
Alternativas de prática esportivas ou compromissos sociais	8	11	17	56	30,36	8,52
Localização é um fator que dificulta sua ida ao estádio	31	10	15	56	26,79	7,51
Programação esportiva do campeonato brasileiro faz com que você não vá ao estádio	18	13	25	56	44,64	12,52

Fonte: O autor (2019)

Na tabela 8, foi observado que a principal razão para o torcedor paranista não ir ao estádio é custo.

---

**TABELA 8 - Principal fator que influencia na diminuição do torcedor do Paraná Clube no estádio.**

---

<b>O Custo</b>	<b>%</b>
1) O elevado custo financeiro (refrigerante, pipoca, cerveja, salgado) dificulta sua ida ao estádio.	43,24
2) O elevado preço do ingresso dificulta ou impede sua ida aos jogos	56,76

---

Fonte: O autor (2019)

Para a torcida do Paraná Clube, o fator custo é o principal motivo que leva os torcedores a não irem ao estádio (18%), o elevado preço do ingresso dificulta ou impede sua ida ao estádio (56,76%).

A seguir no quadro 3, conforme publicado por Globo esporte, Gazeta do povo, Voz da vila Capanema, torcedor paranista e Athletico podemos observar o valor médio ou valor do ingresso mais barato ofertado pela diretoria do Paraná Clube ao longo dos anos com sua média de público correspondente a esses. É possível notar que o valor praticado pelas diretorias se mantém num padrão bem próximos, sem grandes amplitudes de valores. Importante destacar que o paraná clube adota uma estratégia de fazer várias promoções durante o campeonato, como é visto na reportagem do Globo esporte (2015), Tribuna (2016) e Uol (2017).

Quadro 3 – Valor médio e ingressos mais barato, ao longo dos anos com a média de público da torcida do Paraná Clube.

Ano	Média de público	Valor médio do ingresso	Valor de ingresso mais barato
2003	5.123	não encontrado	não encontrado
2004	3.906	-	R\$ 20,00
2005	11.486	não encontrado	não encontrado
2006	10.578	não encontrado	não encontrado
2007	8.066	-	R\$ 40,00
2008	4.401	-	R\$ 20,00
2009	3.493	não encontrado	não encontrado
2010	3.270	-	R\$ 50,00
2011	3.783	-	R\$ 20,00
2012	3.296	-	R\$ 30,00
2013	6.257	-	R\$ 20,00
2014	3.275	-	R\$ 30,00
2015	3.665	R\$ 14,00	-
2016	2.192	R\$ 21,00	-
2017	10.798	R\$ 22,00	-
2018	6.222	R\$ 39,00	-

Fonte: O autor (2019)

É interessante perceber que o Paraná Clube adota uma postura de preços não tão elevados dos ingressos e, ao longo das temporadas, também faz diversas promoções reduzindo o valor objetivando aumentar a presença do público.

### 3.6 SEMELHANÇA DE FATORES ENTRE A TORCIDA

Após a análise dos resultados obtidos, observamos que tanto os torcedores do Athletico Paranaense quanto os do Paraná Clube informam que o elevado custo do ingresso é o principal motivo que tem reduzido o público das partidas.

Para aumentar seu público, notamos que o Athletico Paranaense e o Paraná Clube têm planejamento diferente para alcançar esta meta, pois enquanto o primeiro pratica uma política de preços mais elevados, pois trabalha com a ideia do socio-torcedor, e com preços mais altos incentivando sua torcida a virar sócia, como visto nos estudos de Proni (2016), o segundo clube, oferece ingressos mais baratos, comparados com os dos rubros negros e, diversamente da diretoria atleticana, realiza diversas promoções ao longo da temporada como analisado em Globo esporte(2017).

Assim, é possível notar duas estratégias mercadológicas para tentar aumentar o público nos estádios, a de preço mais elevados, com a ideia de levar os

torcedores a se tornarem sócios, e a de preços mais acessíveis e promoções ao longo da temporada.

#### **4.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho se propôs a investigar quais os motivos que levam os torcedores dos três maiores times da Região metropolitana de Curitiba a se afastar dos estádios da capital paranaense, observando as torcidas do Clube Athletico Paranaense, do Coritiba Foot Ball Club e do Paraná Clube, isoladamente, bem como semelhança entre os fatores citados.

Analisando os elementos que podem causar impacto para manter os torcedores longe dos estádios (acessibilidade, outras oportunidades de lazer, falta de interesse e companhia para frequentar o campo de futebol, custo para ir ao estádio, segurança, falta de sucesso do time, alternativas de prática esportivas ou compromissos sociais, localização do estádio e programação esportiva), os entrevistados, na maioria do sexo masculino, com ensino médio completo ou cursando o ensino superior, com idade entre 21 e 40 anos, demonstraram que os fatores determinantes, em ordem decrescente são: o custo elevado, a programação esportiva do campeonato brasileiro, a falta de segurança e a falta de sucesso da equipe.

Enquanto os torcedores do Athletico Paranaense e do Paraná Clube ressaltam que o aumento do custo para frequentar o estádio provoca a redução do número de torcedores nas partidas de futebol, aqueles que torcem para o Coritiba Foot Ball Club afirmam que a baixa frequência ao seu estádio é resultante da falta de sucesso do time.

O fundamental é que os clubes avaliem suas políticas de preço e considerem se a estratégia utilizada condiz com o que eles objetivam alcançar e com a realidade dos torcedores da capital paranaense, devendo ser considerado que a relação entre o torcedor e seu time não pode ser resumida à simples lei da oferta e procura ou ao desejo de “fechar contas” de uma administração, pois o amor ao time, da mesma forma que culturalmente é transmitido e compartilhado entre pais e filhos, transcende aos jogadores contratados e às diretorias eleitas, pois suas presenças são transitórias, enquanto o time e o amor do torcedor permanecem.

Deve, ainda, ser salientado que a programação esportiva precisa ser repensada, pois ela interfere na frequência dos torcedores aos estádios e a torcida é parte fundamental do evento, uma vez que o que emociona não são, apenas, os belos lances e as técnicas empregadas, como também a festa dos torcedores.

Evidente, também, a necessidade de ser garantida a segurança nos dias de jogos, não só dentro e no entorno dos estádios como também nas vias de acesso e terminais de ônibus, pois conflitos entre rivais não são eventos imprevisíveis, mas podem ser evitados desde que haja uma participação conjunta entre os clubes e o Estado, na organização de um esquema especial de operação de forma a atender com qualidade a demanda de torcedores.

Assim, é indispensável a realização de estudos mais profundos objetivando conhecer a realidade da torcida dos três maiores times da Região metropolitana de Curitiba e atender suas necessidades para que os clubes possam ter sucesso, pois ambos caminham lado a lado.

Além disso, elucidamos a limitação do presente estudo, quanto se refere a não utilização de programas estáticos nos resultados obtidos pela pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ATHLETICO Disponível em: <https://athletico.com.br/> Acesso em :23 de agosto de 2019

ATHLETICO Disponível em: <https://www.athletico.com.br/noticia/5107-paran-x-cap-ingressos-venda-nesta-sexta/> Acesso em: 19/11/2019

BARBOSA, L. Sociedade de Consumo, ed. 3, ZAHAR. Rio de Janeiro, 2010.

BUFORD, B. *Entre os vândalos: a multidão e a sedução da violência* (Tradução Júlio Fischer). São Paulo, Companhia das Letras, 1992

CADASTRO NACIONAL DE ESTÁDIOS DE FUTEBOL Disponível em: [https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201601/20160122182359\\_0.pdf](https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201601/20160122182359_0.pdf) Acesso em: 20/11/2019

CARDOSO, J. M. R. DE P. Influência das restrições na lealdade dos espectadores de futebol: Sport Lisboa e Benfica. Rev. Bras. Ciênc. Esporte, Florianópolis, v. 36, n. 1, p. 141-154, jan./mar. 2014

CARVALHO, W.G. et.al. Perfil de consumo do sócio-torcedor do Paraná Clube: análise das preferências de compra dos associados em relação aos atuais e novos produtos. Revista Intercontinental de Gestão Desportiva, vol. 3. 2013

CASPER, J.; KANTERS, M.; JAMES, J. Perceptions of constraints to NHL spectatorship. International Journal of Sport Management and Marketing, London, v. 5, n. 1/2, p. 55-72, 2009

CASTELLS, M. (2004). A galáxia da Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

COMOVEEC – Comissão de Monitoramento da Violência em Eventos Esportivos e Culturais. Reunião mensal, dez/2007. Belo Horizonte: Comoveec, 2007.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/competicoes/campeonato-brasileiro-serie-b/2012> Acesso em :23 de agosto de 2019

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/competicoes/campeonato-brasileiro-serie-a/2013> Acesso em :23 de agosto de 2019

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL Disponível em: <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/brasileirao-tem-82-de-aprovacao> (2015). Acesso em: 14 de novembro de 2019



CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL Disponível em:  
<https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-serie-a/tabela-basica-do-brasileirao-2018> Acesso em: 18/11/2019

CORITIBA Disponível em:  
[https://www.coritiba.com.br/artigo/30790/numero\\_de\\_publico\\_expressivo](https://www.coritiba.com.br/artigo/30790/numero_de_publico_expressivo) Acesso em :23 de agosto de 2019

COSTA, F. J. Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em administração. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

CRAWFORD, D.; GODBEY, G. Reconceptualizing barriers to family leisure. Leisure Sciences, vol. 9, p. 119-127. Philadelphia, 1987.

DAMO, A. S. Do dom a profissão: Uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França. 2005. 435 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

DA SILVA S. R., ABRAHÃO B. O. DE L., MELO M. DE A., CAMPOS P. A. F., As determinações do estatuto de defesa do torcedor sobre a questão da violência: a segurança dos torcedores de futebol na apreciação do espetáculo esportivo. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v. 30, n. 1, p. 9-24, set 2008.

FUTPEDIA Disponível em: <http://futpedia.globo.com/campeonato/campeonato-brasileiro/2017-2017> Acesso em: 18/11/2019

GAZETA DO POVO. Disponível em <http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/memoria-futebol-clube/ate-quando-atletico-e-coritiba-vao-reclamar-de-seus-estadios-vazios/> Acesso em 04/05/2019

GAZETA DO POVO Disponível em:  
<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/atletico-pr/atletico-e-coritiba-travam-batalha-por-maior-media-de-publico-veja-quem-ganha-6q9vktntudw9ymdjny60w37p3> Acesso em :23 de agosto de 2019

GAZETA DO POVO Disponível em:  
<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/atletico-pr/atletico-levanta-historico-de-publico-na-arena-para-defender-ingresso-carro-5rnm00n0dyk9kmmnux61q0dmw/> Acesso em: 17/11/2019

GAZETA DO POVO Disponível em:  
<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/atletico-pr/petraglia-anuncia-aumento-de-ingresso-para-2019-e-rejeita-tregua-com-torcida-by6zzzsbsxlcg9f9a4ea6zce3/> Acesso em :17/11/2019

GAZETA DO POVO Disponível em:  
<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/futebol/parana-clubes-parana-aumenta-ingressos-mas-faz-promocao-para-jogo-contra-o-palmeiras-3k5j14xzkug91wln1lvqigk0e/> Acesso em: 19/11/2019

GIULIANOTTI, R.; Gerrard. Fanáticos, seguidores, fãs e flaneurs: uma taxonomia de identidade dos torcedores no futebol. **Rev. História do Esporte**. Vol. 5, n° 1, junho de 2012

GLADDEN, J. M.; FUNK, D. C. Developing na understanding of brand associations in team sport: Empirical evidence from consumers the professionals sport. **Journal of Sport Management**, vol. 16, p. 54-81, 2002

GLOBO ESPORTE. Disponível em: [globoesporte.globo.com/futebol/público-no-brasil](http://globoesporte.globo.com/futebol/público-no-brasil)  
Acesso em 16/06/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<https://globoesporte.globo.com/numerologos/noticia/campeao-de-bilheteria-palmeiras-e-lider-em-arrecadacao-no-ano-confira-top-10.ghtml> Acesso m 16/08/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2013/12/apos-promessa-governo-anuncia-medidas-contraviolencia-nos-estadio.html> Acesso em 16/08/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<https://globoesporte.globo.com/numerologos/noticia/brasileirao-2018-tem-maior-media-de-publico-desde-87-veja-rankings-dos-clubes-das-series-a-b-e-c.ghtml/>  
Acesso em :23 de agosto de 2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<https://globoesporte.globo.com/pr/futebol/times/atletico-pr/noticia/torcedores-do-atletico-pr-fazem-novo-protesto-e-trocam-jogo-por-telaoveja-o-video.ghtml> Acesso em:17/11/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<http://globoesporte.globo.com/pr/futebol/times/atletico-pr/noticia/2015/06/petraglia-defende-preco-dos-ingressos-e-pede-baixada-com-publico-de-40-mil.html> Acesso: 18/11/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<http://globoesporte.globo.com/pr/futebol/times/parana-clubenoticia/2014/10/parana-dobra-preco-do-ingresso-contravasco-mas-faz-promocao.html> Acesso em: 19/11/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Times/Parana/0,,MUL642366-9873,00-PARANA+X+JUVENTUDE+INGRESSOS+A+VENDA.html> Acesso em: 19/11/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<http://globoesporte.globo.com/pr/futebol/times/parana-clubenoticia/2015/07/parana-clubemantem-promocao-de-ingressos-para-jogo-contrao-nautico.html> Acesso em: 19/11/2019

GLOBO ESPORTE Disponível em:  
<https://globoesporte.globo.com/pr/futebol/times/parana-club/noticia/parana-inicia-nesta-quinta-venda-de-ingressos-para-jogo-com-o-oeste-promocao-segue.ghtml>  
 Acesso em: 20/11/2019

HEERE, B.; JAMES, J. Sports Teams and Their Communities: Examining the Influence of External Group Identities on Team Identity. **Journal of Sport Management**, n. 21, p. 319-337, 2007

HISTÓRIA DO CORITIBA Disponível em: <http://www.historiadocoritiba.com.br/Fichas>  
 Acesso em :23 de agosto de 2019

IBOPE REPUCOM Disponível em:  
<http://www.iboperepucom.com/br/rankings/ranking-digital-dos-clubes-brasileiros-de-jun-2019/> Acesso em: 16/08/2019

IINSTITUO PARANAENSE DE PESQUISA Disponível em:  
[http://www.paranapesquisas.com.br/wp-content/uploads/2016/12/BrasilDez16\\_Futebol.pdf](http://www.paranapesquisas.com.br/wp-content/uploads/2016/12/BrasilDez16_Futebol.pdf) Acesso em 16/08/2019

KACHAR, V. (2002). A terceira idade e a inclusão digital. Revista O mundo da saúde, 26(3), p. 376-381.

MADRIGAL, R. Cognitive and affective determinants of fan satisfaction. Journal of leisure research, 27(3):205, 1995.

MALAIA, João. Torcer, torcedores, torcedoras, torcida (bras.): 1910-1950. Om: HOLLANDA, Bernardo Buarque de (et al.). **A torcida brasileira**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012.

OLIVEIRA, Luciel Henrique de. Exemplo de cálculo de Ranking Médio para Likert. Notas de Aula. Metodologia Científica e Técnicas de Pesquisa em Administração. Mestrado em Adm. e Desenvolvimento Organizacional. PPGA CNEC/FACECA: Varginha, 2005.

PARANÁ CLUBE Disponível em: <https://www.paranaclube.com.br/noticias/show-nas-arquibancadas> Acesso em :23 de agosto de 2019

Pereira, L., Pessôa, L., Ferreira, J., & Giovannini, C. (2014). O Torcedor-Consumidor: Identificação com os Clubes e Barreiras para a Adoção do Programa Sócio Torcedor. XXXVIII ENANPAD 2014, 1-15.

PESQUISA DE ENDIVIDAMENTO E INADIMPLÊNCIA DO CONSUMIDOR; Fecomércio Paraná. Disponível em:  
<http://www.fecomerciopr.com.br/wpcontent/uploads/2016/01/PEIC.pdf>.  
 PLURI Especial – 17 motivos para não ir aos estádios – Disponível em: [www.pluriconsultoria.com.br](http://www.pluriconsultoria.com.br) - 28/03/2013. Acesso em: 15/11/2019

PLURI Especial – Ocupação dos estádios brasileiros é apenas 21,8% – Disponível em: [www.pluriconsultoria.com.br](http://www.pluriconsultoria.com.br) - 20/08/2013. Acesso em: 15/11/2019

PLURI Especial – Ranking mundial de ocupação dos estádios – Disponível em: [www.pluriconsultoria.com.br](http://www.pluriconsultoria.com.br) - 16/07/2013. Acesso em: 15/11/2019

PLURI Valuation – O custo de ir ao estádio no Brasil – Disponível em: [www.pluriconsultoria.com.br](http://www.pluriconsultoria.com.br) - 26/05/2013. Acesso em: 15/11/2019

PRONI M. W.; LIBANO J. P. M. O Futebol brasileiro na bolsa de valores? Texto para Discussão. Unicamp. IE, Campinas, n. 274, jun. 2016.

REBELO, A., TORRES, S., CBF-NIKE. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

REIS, H. H. B. Espetáculo futebolístico e violência: uma complexa relação. In: Jocimar Daolio. (Org.). Futebol, cultura e sociedade. 1 ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

RICHARDSON, R. **Pesquisa social: métodos e técnicas**, ed. 3, ATLAS. São Paulo, 2007

SCHARF, E. R. et al. A experiência e mais dez: uma estratégia para vencer na Champions League. Gestão & Regionalidade, v. 32, n. 96, p. 21–34, 2017.

TERRA disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/coritiba/torcida-do-coritiba-esgota-ingressospromocionais,da31b7a6b1ced310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>  
Acesso em: 18/11/2019

THEODORAKIS, N.; KAMBITIS, C.; LAIOS, A. Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. Managing Service Quality: An International Journal, 11(6):431–438, 2001.

THOMAS, J. R; NELSON, J. K; SILVERMAN, S. J. Métodos de Pesquisa em Atividade Física. 6. ed. Porto Alegre. Artmed, 2012, 478p.

TORCEDOR PARANISTA Disponível em: <http://torcedorparanista.blogspot.com/2011/06/> Acesso em 19/11/2019

TORCEDOR PARANISTA Disponível: <http://torcedorparanista.blogspot.com/2010/10/>  
Acesso em: 19/11/2019

TOLEDO, Luiz Henrique de. Estilos de jogar, estilos de pensar: esboço comparativo entre DaMatta e Archetti, In: TOLEDO, Luiz Henrique de; COSTA, Carlos Eduardo. Visão de jogo: antropologia das práticas esportivas. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2009.

TRIBUNA Disponível em: <https://www.tribunapr.com.br/esportes/paranaclub/parana-faz-promocao-de-ingressos-para-decisao-com-o-bragantino/comment-page-3/> Acesso em: 19/11/2019

UOL Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/reportagens-especiais/maior-janela-de-transferencias-da-historia-do-futebol-brasileiro/#imagem-2> Acesso em 16/08/2019

UOL Disponível em:  
<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-b/ultimas-noticias/2017/11/22/quer-pagar-quanto-parana-faz-promocao-e-deixa-livre-preco-de-ingressos.htm?next=0001H25498U48N> Acesso em: 19/11/2019

VOZ DA VILA CAPANEMA Disponível em:  
<http://vozdavilacapanema.blogspot.com/2012/> Acesso em: 19/11/2019

WAKEFIELD, K. L.; BLODGETT, J. G.; SLOAN, H. J. Measurement and Management of the Sportscape. **Journal of Sport Management**, p. 15-31. Mississippi, 1996.

## ANEXO 1

Tabela 1. Resultados da análise fatorial exploratória (varimax rotation). Fator 1 a 5

Fatores/Itens*	Loading	Eigenvalue	% Variância	% Acumulada	$\alpha$
F1 - Acessibilidades		11,02	23,44	23,44	0,88
A má localização dos estacionamento e acesso ao Estádio da Luz	0,850				
A falta de transportes públicos	0,576				
A fraca acessibilidade ao Estádio da Luz	0,816				
A distância do estacionamento ao Estádio da Luz	0,841				
A falta de espaço no Estádio da Luz para lidar com multidões	0,523				
A dificuldade em estacionar no Estádio da Luz	0,845				
A insegurança nos transportes públicos	0,554				
F2 - Alternativas de Lazer		4,37	9,30	32,74	0,86
Ver outros desportos na televisão	0,520				
Estar no computador	0,741				
Ver televisão	0,723				
Ver jogos de futebol de outras equipes na televisão	0,683				
Ir a um bar	0,707				
Ir ao ginásio	0,760				
Ver os jogos do Benfica na televisão	0,540				
Ver os jogos do Benfica na Internet	0,541				
F3 - Falta de Interesse e Companhia		3,67	7,80	40,54	0,91
Não ter companhia para ir aos jogos do Benfica	0,700				
Não ter familiares interessados em ir aos jogos do Benfica	0,643				
Não ter amigos interessados em ir aos jogos do Benfica	0,845				
Não ter o(a) companheiro(a) disponível para ir ao futebol	0,839				
Não ter amigos disponíveis para ir ao futebol	0,857				
Não ter o(a) companheiro(a) interessado(a) em ir aos jogos do Benfica	0,880				
F4 - Falta de Sucesso		2,61	5,55	46,09	0,91
O Benfica ter resultados não satisfatórios	0,875				
O Benfica não ganhar muitos jogos	0,802				
O Benfica não estar a lutar pelo título	0,839				

Fatores/Itens*	Loading	Eigenvalue	% Variância	% Acumulada	$\alpha$
O Benfica não estar a jogar como gostaria	0,861				
F5 - Custos		2,52	5,35	51,44	0,90
O elevado custo financeiro para ir aos jogos do Benfica	0,864				
O elevado preço do bilhete para ir a um jogo do Benfica	0,895				
O elevado preço dos bilhetes de época	0,801				

**Tabela 2** Resultados da análise fatorial exploratória (varimax rotation). Fator 6 a 11

Fatores/Itens*	Loading	Eigenvalue	% Variância	% Acumulada	$\alpha$
F6 - Falta de Conhecimento		2,00	4,27	55,71	0,88
Não compreender os aspectos técnicos do futebol	0,907				
Não compreender as regras do futebol	0,922				
Não compreender a tática no futebol	0,897				
F7 - Segurança		1,91	4,06	59,76	0,86
A falta de segurança nas entradas e saídas no Estádio da Luz	0,800				
A insegurança nas acessibilidades ao Estádio da Luz	0,816				
A falta de segurança nas bancadas durante os jogos	0,822				
F8 - Alternativas de Prática Desportiva		1,63	3,47	63,23	0,75
Praticar atividade física	0,761				
Participar em atividades de desporto recreação	0,831				
F9 - Compromissos		1,29	2,74	65,97	0,65
Ter compromissos escolares	0,740				
Ter compromissos com amigos	0,487				
Ter compromissos familiares	0,738				
F10 - Localização		1,19	2,52	68,50	0,60
A distância a percorrer para chegar ao Estádio da Luz	0,818				
A localização do Estádio da Luz	0,664				
F11 - Programação Desportiva		1,12	2,39	70,89	0,60
Horário do jogo	0,537				
Dia do jogo	0,792				

## ANEXO 2

### QUESTIONARIO

Caso queira participar do sorteio do brinde é necessário que preencha o campo abaixo:

Nome completo

E-mail

celular

#### **1 Qual o seu gênero?**

☐ Masculino

☐ Feminino

#### **2) Qual sua idade?**

☐ Até 15 anos

☐ Entre 15 anos e 20 anos

☐ Entre 21 e 30 anos

☐ Entre 31 e 40 anos

☐ 41 anos ou mais

#### **3) Qual o seu nível de escolaridade?**

☐ Ensino fundamental incompleto

☐ Ensino fundamental completo

☐ Ensino médio incompleto

☐ Ensino médio completo

☐ Ensino superior incompleto

☐ Ensino superior completo

☐ Pós-graduação incompleta

☐ Pós-graduação completa

#### **5) Com qual frequência você vai a jogos de futebol durante o ano?**

☐ Nenhuma

☐ 1 ou 2 jogos

☐ Entre 3 a 6 jogos

☐ Entre 7 a 12 jogos



( ) 13 jogos ou mais

**6) Você costuma a ir ao estádio com maior frequência na década passada (2001 até 2010)**

( ) Sim

( ) Não

**F1 Acessibilidade**

1. A falta de estacionamento ou sua má localização para o acesso ao estádio
2. A dificuldade de transportes públicos
3. A estrutura deficiente do estádio para lidar com multidões

**F2 Outros tipos de lazer**

1. Prefiro estar no computador ou na internet
2. Prefiro assistir televisão
3. Acho melhor assistir a partida de futebol com amigos em um bar
4. Ver os jogos na televisão ou internet

**F3 Falta de interesse e companhia nos jogos fazem com que você não vá ao estádio**

1. Não ter companhia para ir aos jogos
2. Não ter interesse em ir ao estádio

**F4 Falta de sucesso**

1. Não ter resultados satisfatórios
2. Não estar na luta pelo título
3. A má administração do clube
4. O fraco desempenho da comissão técnica

**F5 Custos**

1. O elevado custo financeiro (refrigerante, pipoca, cerveja, salgado) dificulta sua ida ao estádio
2. O elevado preço do ingresso dificulta ou impede sua ida aos jogos

**F6 Segurança**

1. A falta de segurança na entrada e saída do estádio, na saída e no entorno do estádio em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio.
2. A falta de segurança dentro do estádio em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio
3. A falta de segurança nos terminais de ônibus em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio.
4. O medo da violência das torcidas em dias de jogos interfere em sua frequência ao estádio.

**F7 Alternativas de pratica esportivas ou compromissos sociais**

1. Práticas esportivas
2. Compromissos sociais

**F8 Localização é um fator que dificulta sua ia ao estádio**

1. A distância/tempo percorrida até chegar ao estádio
2. A localização do estádio

**F11 Programação esportiva do campeonato brasileiro faz com que você não vá ao estádio**

1. Horário do jogo
2. Dia do jogo